



Universidad de Valladolid

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Trabajo de Fin de Grado

Grado en Administración y Dirección de Empresas

**Responsabilidad social
corporativa en la industria
alimentaria: una comparación
entre España e Italia**

Presentado por:

Pablo Sacristán González

Tutelado por:

Dr. José Miguel Rodríguez Fernández

Valladolid, julio 2022

RESUMEN

El principal objetivo de este trabajo es analizar la responsabilidad social corporativa (RSC) en la industria alimentaria, con un enfoque comparado entre España e Italia. Los dos objetivos complementarios se centran en presentar el marco teórico de la RSC, su evolución y gestión, así como perfilar las características principales de la mencionada industria. Para ello, ante todo se efectuó una revisión de la literatura previa referente a la RSC y de algunos estudios e informes publicados sobre el sector alimentario. Después, se realizó un análisis empírico mediante una regresión logística binaria, a partir de una muestra de empresas españolas e italianas con más de 500 empleados y con puntuaciones de RSC asignadas por Moody's en la base de datos Orbis, para el año 2021. Como conclusión, las empresas españolas parecen tener mejor puntuación que las italianas en cuanto a la gestión de los recursos humanos, el compromiso con la comunidad y el respeto a los derechos humanos. Ocurre lo contrario en lo referente al cuidado del medio ambiente, el comportamiento empresarial y el gobierno corporativo. En cuanto al tamaño, medido por los activos, las compañías italianas parecen tener mayor dimensión.

PALABRAS CLAVE: Responsabilidad social corporativa, industria alimentaria, regresión logística.

CLASIFICACION JEL: M14, L66, C25.

ABSTRACT

The main objective of this paper is to analyze corporate social responsibility (CSR) in the food industry, with a comparative approach between Spain and Italy. The two complementary objectives focus on presenting the theoretical framework of CSR, its evolution and management, as well as outlining the main characteristics of the food industry. To this end, first of all, a review of previous literature on CSR and of some studies and reports published on the food sector was carried out. Then, an empirical analysis was carried out using binary logistic regression on a sample of Spanish and Italian companies with more than 500 employees and with CSR scores assigned by Moody's in the Orbis database for the year 2021. In conclusion, Spanish companies appear to score better than Italian companies in terms of human resource management, community engagement and respect for human rights. The opposite is true for environmental care, corporate behavior and corporate governance. In terms of size, measured by assets, Italian companies appear to be larger.

KEYWORDS: Corporate social responsibility, food industry, logistic regression.

JEL CLASSIFICATION: M14, L66, C25.

ÍNDICE.

INTRODUCCIÓN	4
A) Ámbito del trabajo e importancia	4
B) Objetivos del análisis	5
C) Metodología aplicada	5
D) Estructura del trabajo	6
CAPÍTULO 1: LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA	7
1.1. Concepto de responsabilidad social corporativa (RSC)	7
1.2. Evolución histórica de la RSC	12
1.3. Niveles y dimensiones	14
1.4. Los <i>stakeholders</i>, grupos de interés de las empresas	18
1.5. Herramientas de gestión	22
CAPÍTULO 2: INDUSTRIA ALIMENTARIA	25
2.1. Historia de la industria alimentaria	25
2.2. Importancia de la RSC en la industria alimentaria	27
2.3. Situación actual de la industria alimentaria española	31
2.4. Situación de la industria alimentaria en Italia	33
CAPÍTULO 3: ESTUDIO EMPÍRICO	37
3.1. Fuentes de datos, muestra y variables analizadas	37
3.2. Metodología econométrica aplicada	38
3.3. Resultados alcanzados con seis indicadores principales	40
3.3.1. Análisis de estadísticos descriptivos	40
3.3.2. Matriz de correlaciones	40
3.3.3. Regresión logística con seis indicadores principales	42
CONCLUSIONES	46
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	48

ÍNDICE DE GRÁFICOS.

Gráfico 1.1. Coordenadas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC).....	11
Gráfico 1.2. Pirámide de Carroll.....	16
Gráfico 1.3. Responsabilidades de la empresa.....	17
Gráfico 1.4. El modelo de Freeman.....	19
Gráfico 1.5 Tipología de <i>stakeholders</i> : atributos.....	21
Gráfico 2.1. Crecimiento interanual de la producción de Alimentos y Bebidas (en%).	32

ÍNDICE DE TABLAS.

Tabla 3.1. Variables explicativas de RSC incluidas en el análisis.....	38
Tabla 3.2. Estadísticos descriptivos de las variables explicativas para España e Italia 2021.....	41
Tabla 3.3. Matriz de correlaciones de las variables explicativas.....	41
Tabla 3.4. Modelo <i>logit</i> estimado.....	42
Tabla 3.5. Estadísticos de bondad del ajuste del modelo estimado.....	43
Tabla 3.6. Prueba de Hosmer y Lemeshow para el modelo estimado.....	44
Tabla 3.7. Clasificación de la muestra de empresas.....	44

ÍNDICE DE FIGURAS.

Figura. 2.1. Recuento total de microorganismos en manos de manipuladores de alimentos en distintas industrias alimentarias.....	29
Figura 2.2. Presencia de microorganismos patógenos en manos de manipuladores de alimentos en algunas industrias alimentarias.....	29
Figura 2.3. Distribución territorial cifras de negocios % sobre total Alimentación Nacional.....	34
Figura 2.4. Algunas magnitudes económicas en el sector económico español.....	35
Figura 3.1: Curva <i>Logit</i>	39
Figura 3.2. Curva ROC.....	45

INTRODUCCIÓN.

En este trabajo se va a realizar un análisis de la industria alimentaria en España e Italia.

Para empezar, en este primer apartado del trabajo, se va hacer alusión a los temas más importantes que hay que tener en cuenta en este análisis. Para ello, se empezará explicando el ámbito de estudio y su importancia y, en segundo lugar, la razón por la que he decidido elaborar este estudio. También explicaremos los objetivos fundamentales que se van a intentar conseguir y, por último, un resumen detallado de la estructura del trabajo y metodología que se ha empleado para la obtención del trabajo.

Reflejaremos los objetivos que se tratarán de alcanzar, la metodología aplicada y, finalmente, la estructura del trabajo.

A) Ámbito del trabajo e importancia.

El campo de investigación hacia el cual se orienta el trabajo está relacionado, por una parte, con la importancia y evolución de la responsabilidad social corporativa (RSC). Y, por otra parte, con las empresas de la industria alimentaria, haciendo una especial mención a España e Italia.

Hace años, durante el siglo XX, las empresas tenían un objetivo completamente distinto al que tienen en la actualidad. Antes, su único objetivo era obtener el máximo beneficio sin valorar otros elementos y factores que hoy en día cada vez están teniendo más importancia y valor. Uno de esos factores es la responsabilidad social corporativa que está formada por la obligación por parte de las empresas de considerar a todos los grupos de interés de la empresa, llamados *stakeholders* y no sólo atender a los accionistas de la empresa. En este nuevo concepto de RSC, aparece la figura de los *stakeholders* que son cualquier persona o grupo de personas que se ven afectadas por la empresa con un interés legítimo. Otra nueva idea que incorporó la RSC fue que las empresas tienen responsabilidad social y medioambiental, es decir, sus decisiones y actividades tienen un impacto en la sociedad y en el medio ambiente que generan una rentabilidad y una imagen para la empresa que hay que cuidar.

Por ello, en los últimos años la RSC ha ido ganando cada vez más peso convirtiéndose en la actualidad en una preocupación para la sociedad en base a derechos humanos y laborales, cuidado medioambiental y un comportamiento ético consiguiendo así mejorar la imagen de la empresa.

Por todo ello, la realización de este trabajo es por la importancia y evolución que ha tenido esta industria en España, ya que su producción aporta gran cantidad al PIB y es generadora de mucho empleo. Además, en las prácticas curriculares realizadas en el verano de 2021 tuvimos la suerte de poder hacerlas en una empresa del sector alimentario, dedicada a la producción de remolacha cocida y maíz dulce cocido, en la que cuidan mucho la calidad de sus productos y realizan muy buenas políticas medioambientales, de recursos humanos y de compromiso con la comunidad. Además, posteriormente seguimos trabajando en la misma empresa ya como empleado.

B) Objetivos del análisis.

Los objetivos que vamos a intentar dar respuesta en este trabajo son:

- Objetivo principal: elaboración de un estudio empírico que compara la industria alimentaria de España con la de Italia utilizando variables de responsabilidad social corporativa y una variable de control económico-financiera.
- Objetivo complementario: elaborar un análisis acerca del marco teórico de la RSC, así como un perfil general de la industria alimentaria y sus características.

C) Metodología aplicada

Este trabajo comienza, en primer lugar, con una parte teórica en la cual hemos recopilado información de distintas fuentes bibliográficas: libros y manuales de investigación, informes especializados, páginas web, estudios y análisis previos, blogs...

Para ser más exactos, en el primer capítulo hemos utilizado diferentes estudios y autores con obras amplias que analizan la RSC desde sus inicios.

Siguiendo en la parte teórica, en el segundo capítulo, referido a las industrias alimentarias de España e Italia, hemos recurrido a estudios sobre dicho sector, diferentes informes oficiales y datos que manifiestan su evolución y peculiaridades.

En cuanto al estudio empírico, se ha realizado a partir de una muestra de 73 empresas italianas y 72 españolas del sector alimentario, con más de 500 empleados y puntuaciones de RSC asignadas por Moody's en la base de datos Orbis disponible en la Biblioteca de la Universidad de Valladolid. La información corresponde al ejercicio económico 2021. La técnica econométrica utilizada es una regresión logística binaria (*logit*) con ayuda del *software* XLSTAT.

D) Estructura del trabajo

La estructura del Trabajo de Fin de Grado se inicia con esta breve introducción, que se completa con tres capítulos, las conclusiones y las referencias bibliográficas.

El capítulo primero se basa en un estudio de aspectos teóricos y conceptuales de la responsabilidad social corporativa. El capítulo segundo contiene un estudio de la RSC dentro del sector alimentario y sus características y generalidades. Este capítulo y el anterior son los más teóricos dentro del trabajo. Ya en último capítulo, empieza la parte más práctica del trabajo. Este se basa en la elaboración de un análisis empírico que comparar la industria alimentaria de España con la de Italia mediante una regresión logística binaria.

CAPÍTULO 1: LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

A continuación, nos vamos a centrar en el marco teórico de la responsabilidad social corporativa, lo que nos va a dar unas ideas fundamentales para entender todo el trabajo.

1.1. Concepto de responsabilidad social corporativa (RSC).

Hoy en día podemos encontrar muchas definiciones de responsabilidad social corporativa. Resumiremos algunos de estas definiciones centrándonos en los autores y entidades más destacadas:

- Bowen (1953): la RSC se centra en las obligaciones corporativas a la hora de tomar decisiones y aplicar políticas. Por consecuencia, el objetivo del empresario no será únicamente maximizar los beneficios sino también tendrán que satisfacer a la sociedad.
- Federick (1960): la responsabilidad social manifiesta que los empresarios deben controlar el funcionamiento del sistema económico para satisfacer las expectativas del público. Además, tienen que buscar el bienestar económico global.
- Davis y Blomstrom (1966): la responsabilidad social se refiere al deber que tiene una persona para valorar las consecuencias al tomar decisiones y acciones en el sistema social. Las empresas emplean responsabilidad social en el momento que las necesidades e intereses de otras personas se ven afectadas por sus acciones.
- Walton (1967): en su concepto de responsabilidad social introdujo la perspectiva de la íntima relación entre la sociedad y la empresa. Además, añade que esa relación debe atenderse tanto por los altos directivos de la empresa como por los grupos de interés que persiguen sus correspondientes objetivos.
- Friedman (1970): este autor apoya su idea en que la responsabilidad social de la empresa busca maximizar los beneficios para sus accionistas respetando el marco ético y legal del país. Además, argumenta que los empresarios no son los que tienen que solucionar los problemas sociales

sino el libre mercado.

- Jones (1980): según este autor la responsabilidad social corporativa nace de la idea de que las empresas además de tener obligaciones para sus accionistas, las tienen también para los grupos sociales más allá de lo establecido en el marco jurídico. Por un lado, indique que la obligación tiene que ser admitida de forma libre y no ser forzada por cumplir con las normas manifestadas. Por otro lado, la obligación es extensa, es decir, añada las relaciones con los grupos sociales como los clientes, empleados, proveedores...
- Freeman (1984): según Freeman, la compañía se compromete atender a los accionistas y, además, a todos los grupos o personas afectadas por la actividad empresarial guiada para alcanzar sus objetivos.
- Comisión Europea (2001): este órgano ejecutivo define la responsabilidad social corporativa como la incorporación voluntaria, por parte de las empresas, de las inquietudes sociales y medioambientales en sus acciones comerciales con sus grupos de interés (*stakeholders*).
- Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA) (2004): la responsabilidad social corporativa es un acuerdo voluntario por parte de las empresas con el progreso de la sociedad y la protección del medioambiental, a través de conductas responsables hacia los grupos sociales y personas con quienes interaccionan. Además, la RSC constituye una fuente de ventaja competitiva y generación de valor a largo plazo.
- Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales (2005, p.7): “ la responsabilidad social de la empresa es, además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria en su gobierno y gestión, en su estrategia, políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales, medio ambientales y de respeto a los derechos humanos que surgen de la relación y el diálogo transparentes con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias

y los impactos que se derivan de sus acciones. Una empresa es socialmente responsable cuando responde satisfactoriamente a las expectativas que sobre su funcionamiento tienen los distintos grupos de interés”. Esta definición es fundamental para el país porque es la que guía al gobierno en sus políticas.

- ISO 26000 (2010): la Organización Internacional de Certificaciones define la RSC como el compromiso que tienen las empresas ante los impactos de sus acciones y decisiones sobre la sociedad y el medio ambiente, a través de conductas transparente y justas, que ayuden al crecimiento sostenible (incluida la salud y bienestar social) considerando las expectativas de las partes interesadas, es decir, que cumpla la ley actual y sea incorporada en toda la empresa.
- Comisión Europea (2011): este órgano ofrece una nueva definición de responsabilidad social corporativa, que profundiza y puntualiza la anterior. Esta expresa que para que una empresa esté constituida completamente en responsabilidad social, la organización está obligada a colaborar con las partes interesadas de manera que se incorporen las preocupaciones sociales, de medioambiente y éticas, y el respeto de los derechos humanos con el objetivo de:
 - Maximizar la creación de valor compartido, es decir, aumentar la capacidad que tiene la empresa para generar utilidad mediante su actividad para sus accionistas y las partes interesadas y para el resto de la sociedad.
 - Reconocer, prever y mitigar los posibles efectos negativos debido a la toma de sus decisiones.

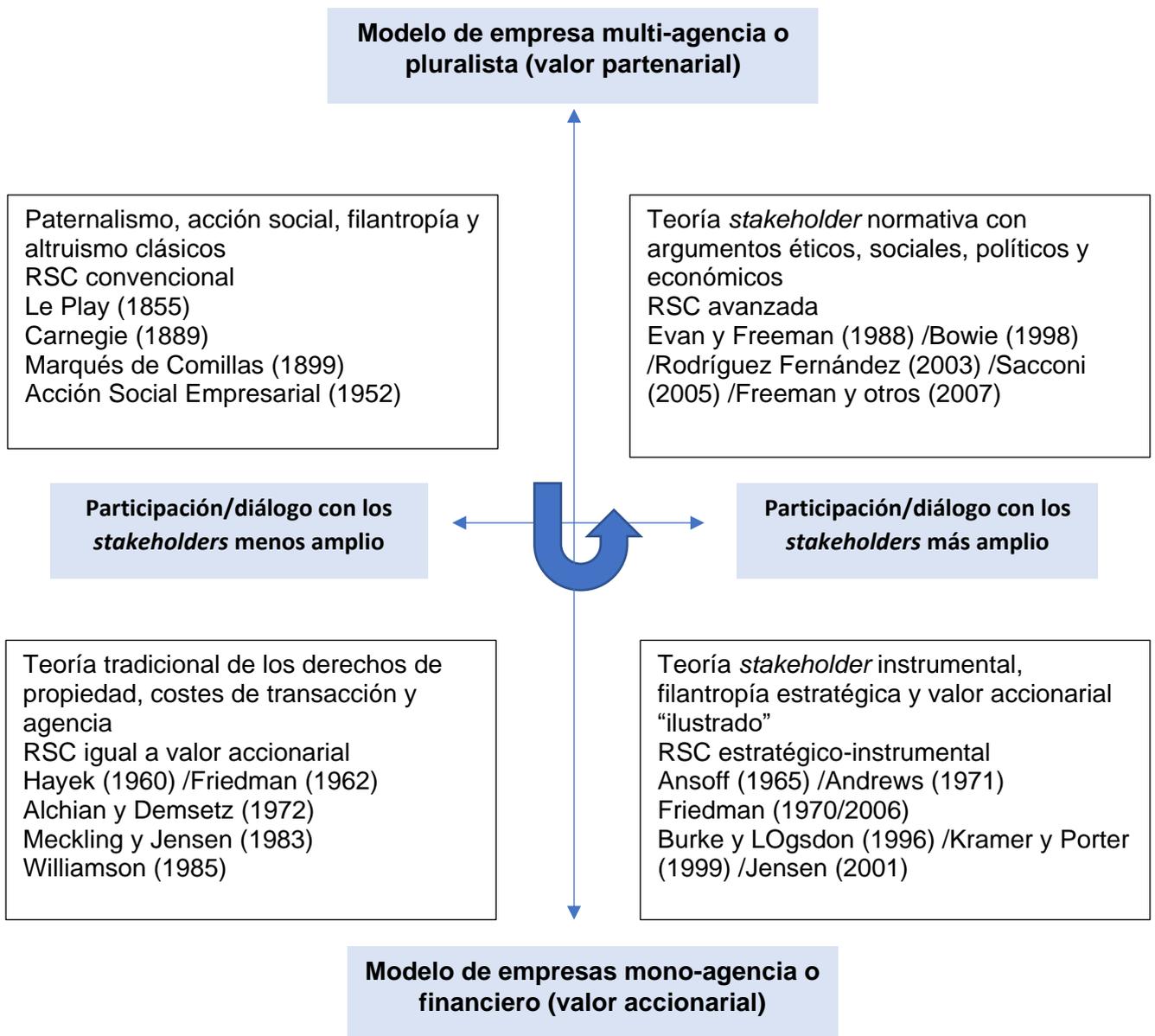
Se piensa que el concepto de responsabilidad social corporativa puede tener 2 ideas diferentes en concordancia con el gobierno corporativo y son las siguientes (Rodríguez, 2007):

- 1) Modelo financiero o accionarial: este modelo nace como una ficción legal y unión de contratos de empresas en el que se explica el vínculo que tienen los directivos con los accionistas. Estas relaciones entre dichos individuos son meras relaciones económicas. Por un lado, los directivos están al servicio de los accionistas. Por otro lado, el gobierno corporativo de la empresa no tiene en cuenta al resto de grupos de interés y su única misión es maximizar la creación de valor para las acciones, es decir, maximizar sus beneficios.
- 2) Modelo pluralista o *stakeholder*: este otro enfoque nace gracias a la unión de intereses de la empresa, ya que este modelo sí que considera a los diferentes grupos de interés de la empresa y, por lo tanto, estos individuos también participan en la toma de decisiones y no sólo los directivos y los accionistas. Además, este es un modelo que se fundamenta en el desarrollo sostenible a largo plazo. Las decisiones que llevan tomadas por las empresas están basadas en criterios de eficiencia y equidad intentando que los sean compensados en base a los riesgos no diversificables que aceptan. Este enfoque tiene una perspectiva social y medioambiental además de económica (*Triple bottom line*).

Gracias a estos dos modelos, podemos distinguir diferentes enfoques de responsabilidad social corporativa. Dependiendo del grado en que participan los *stakeholders*, estaremos más próximos a un modelo financiero o a un modelo pluralista. En el gráfico 1.1 se recogen los diferentes enfoques.

- a. RSC Convencional: se vincula con empresas enfocadas en el modelo pluralista o *stakeholder* y se caracteriza en que las organizaciones tienen muy poca participación con los *stakeholders* o grupos de interés. Además, según este autor, el objetivo de esta RSC es devolver a la sociedad mediante donaciones a grupos y comunidades. En resumidas palabras, esta RSC se basa en el paternalismo, acción social, filantropía y altruismo clásicos.

Gráfico 1.1. Coordenadas de la responsabilidad social corporativa (RSC).



Fuente: Rodríguez Fernández (2007, p.31). Las referencias citadas se detallan en esta fuente.

- b. RSC igual al valor accionarial: está enfocada en el modelo financiero y se caracteriza también con escasa colaboración de los *stakeholders* en la empresa. Este enfoque sintetiza la teoría tradicional de los derechos de propiedad y costes de transacción y agencia. El objetivo de la empresa es generar el mayor beneficio posible, es decir, crear valor para los

accionistas. Según Friedman (1962), la responsabilidad social de las empresas es aumentar sus beneficios, dentro del marco de la libre competencia y, sin engaño ni fraude.

- c. RSC Estratégico-instrumental: este tipo de RSC está orientada con un modelo financiero y aparece ya una mayor colaboración de los *stakeholders* con la organización. Resume la teoría *stakeholder* instrumental, filantrópica y estratégica con el valor que tienen los accionistas. El objetivo sigue siendo maximizar el beneficio para los accionistas y crear valor mediante actividades comunitarias, voluntariado, mecenazgo que aportan el resto de miembros del grupo de interés de la empresa.
- d. RSC avanzada: está orientada en el modelo pluralista o *stakeholder* y se caracteriza en que los *stakeholders* tienen una participación más amplia en la empresa ya que les consideran como una parte importante dentro de ella. Además, el objetivo fundamental que persigue la organización es generar riqueza neta total para todos sus miembros, es decir, para todos sus *stakeholders*. Esta RSC resume la teoría pluralista normativa con argumentos éticos, sociales, políticos y económicos.

1.2. Evolución histórica de la RSC.

En este nuevo apartado vamos a explicar la historia y su evolución del concepto de RSC haciendo referencia a los autores más destacados y en cronología.

Las primeras referencias que tenemos de responsabilidad social corporativa nos llevan a situarnos en el año 1776, cuando el economista Adam Smith menciona de forma indirecta la responsabilidad social, ya que asegura que el atractivo personal que daba lugar a que una persona se adentrara en un negocio no podía ser moral y ético, se tenían que tener en cuenta también otros aspectos como las acciones sociales.

Siglos más tarde, tras el desastre de la bolsa de Nueva York de 1929 y la caída de los mercados bursátiles se llega a una disputa ideológica en relación con las responsabilidades y obligaciones que tiene los directivos de las organizaciones.

Por un lado, unos defendían a los empresarios de tal forma que limitaban sus responsabilidades a responder solamente antes los accionistas. Mientras que, por otro lado, otros defienden que las acciones de los directivos tienen que responder también ante el resto, es decir, la sociedad (Moreno *et al.*, 2010).

Pero fue a partir de 1950 cuando se empieza debatir ciertamente de la relación existente entre empresa y sociedad. Durante esta década comienzan a debatir sobre el poder y la influencia que tienen las empresas en la sociedad y el papel que juega la sociedad en una empresa.

Siguiendo el orden cronológico, según De la Cuesta (2010), la responsabilidad social corporativa evoluciona y se sigue desarrollando en los años siguientes:

La primera definición precisa que aparece de la RSC se haya en Bowen (1953) en la publicación *Social Responsibilities of the Businessmen*, ya mencionado en el primer apartado. En este libro, Bowen define la RSC como las obligaciones de los empresarios para impulsar políticas corporativas para tomar decisiones o para seguir líneas de acción que son deseables en términos de los objetivos y valores de la sociedad.

En los años 60, ya empieza a cobrar importancia el debate por cuales son realmente los objetivos de las empresas y sus directivos.

Entrados en la década de los 70, es cuando ciertamente el concepto de RSC se empieza a poner en práctica. En esta etapa ya empiezan a realizarse estudios empíricos sobre la RSC y se propone la CSP (*Corporate Social Performance*) como la forma para evaluar la RSC.

En la década de los 80, la RSC comienza en una etapa “estratégica”. Durante estos años aparecen conceptos como los grupos de interés, el concepto y desarrollo de códigos éticos y la implantación de medidas sociales para interiorizar y anunciar la RSC.

En la década de los años 90, aparece una fase de globalización mundial y empiezan a manifestarse las primeras instituciones y empresas que apoyan y fomentan la RSC o la ética empresarial, incorporando también, aspectos medioambientales.

La definición de empresa se ha extendido, de forma que se destaca la responsabilidad que tienen las personas y las empresas con el medio ambiente.

Además, desde 1990 hasta la actualidad, los gobiernos comienzan a otorgar la importancia y repercusión que se merece a la responsabilidad social de las organizaciones a través de publicaciones, entre las cuales cabe destacar, el *Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas* (Comisión Europea, 2001). Los gobiernos también se dedican a crear metodologías, normativas o modelos que sirvan de guía para la gestión de los directivos de las empresas y protección para los grupos de interés.

Podemos decir que desde 1990 el concepto de RSC vuelve a tener una gran importancia y auge a consecuencia de las crisis y escándalos económicos y por el comienzo de la preocupación medioambiental (Moreno *et al.*, 2010).

Por todo ello, en la actualidad la RSC se concibe como un aspecto muy importante dentro de todas las empresas, incluyendo también ONG, universidades, sindicatos..., que han conseguido muchos acuerdos e informes sobre este tema.

1.3. Niveles y dimensiones.

El modelo tridimensional (*Organizational Social Performance Model*) de Carroll (1979) es interpretado por la autora De la Cuesta (2010).

Este modelo está formado por varias dimensiones que se incluyen en la definición de RSC:

- Actitud de la empresa ante la RSC.
- Niveles de responsabilidad que tiene una empresa.
- Actividades sociales que son influenciadas con la introducción del concepto de RSC.

En cuanto a la primera dimensión, la actitud de la empresa ante la Responsabilidad Social Corporativa, está formada por varias filosofías que puede tomar la organización con vista a la RSC y eso le va a condicionar para realizar y apoyar acciones sociales.

Se distinguen 4 tipos de filosofía: reactiva, defensiva, acomodaticia y proactiva

- Filosofía reactiva: se produce cuando una organización se enfrente ante un condicionamiento externo, como puede ser la introducción de una nueva ley que afecte a la empresa y que requiere que la empresa realice algún tipo de medida con la que se mejoren los resultados sociales.
- Filosofía defensiva: en este caso se refiere a que las fuerzas externas, como nuevas leyes, normativas..., derivadas de la RSC, hacen presión a las organizaciones para que se adecuen al concepto de responsabilidad social corporativa.
- Filosofía acomodaticia: se produce cuando una empresa comienza de forma voluntaria a realizar acciones y políticas de RSC, previo a ser obligada por el gobierno u otras instituciones a realizarlas.
- Filosofía proactiva: en este caso, las empresas realizan acciones y políticas sociales y medioambientales que son consideradas “más modernas” a lo que la sociedad y el resto de empresas consideran como acciones socialmente responsables.

Por consiguiente, la segunda dimensión del modelo de Carroll (1979), se trata de las responsabilidades que tiene una organización. Vamos a detallar las diferentes responsabilidades que asumen las empresas ordenadas según sus niveles y su peso dentro de ella (véase gráfico 1.2):

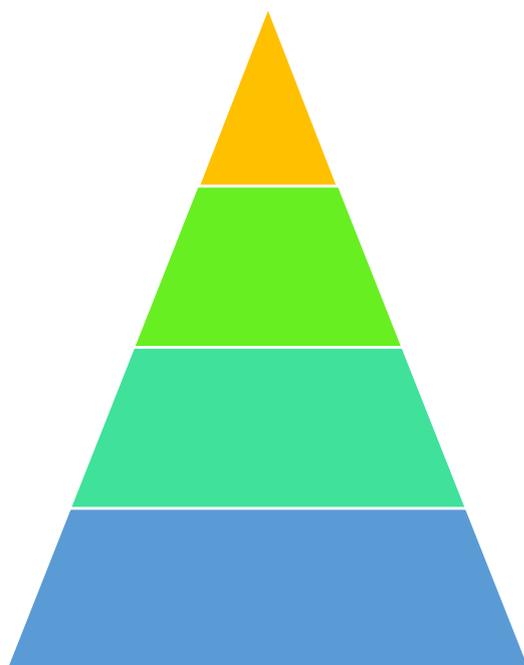
- 1º. Responsabilidad económica: Aunque toda actividad de las empresas es la producción de bienes y servicios que posteriormente los consumidores compran para satisfacer sus necesidades, la base para que la empresa siga operando es la obtención de ganancias. Nunca hay que olvidar que el objetivo principal de toda empresa es generar beneficios, ya que, sin beneficios, la empresa no perdura en el tiempo y acaba extinguiéndose.
- 2º. Responsabilidad legal: toda organización tiene que cumplir y respetar las leyes y normas que le correspondan a nivel internacional, nacional y regional. Por eso, las empresas realizan su actividad para alcanzar su objetivo previamente marcado, pero sin olvidarse de que tienen que

cumplir con el marco jurídico establecido y así también alcanzar las expectativas de la sociedad.

3º. Responsabilidad ética: esta responsabilidad se refiere a que las empresas, estén de acuerdo o no, y más allá de lo legamente constituido, deben realizar conductas y comportamientos que la sociedad comprende como correctos.

4º. Responsabilidad social o filantrópica: esta responsabilidad la asumen las empresas voluntariamente con el objetivo de mejorar y desarrollar la sociedad en general, porque ellas también son parte de esa sociedad.

Gráfico 1.2. Pirámide de Carroll.



Responsabilidad social o filantrópica

Ser un buen ciudadano corporativo.
Dedicar recursos a la comunidad, a mejorar la calidad la vida

Responsabilidad ética

Ser ético
Obligación de hacer lo que está bien y es justo

Responsabilidad legal

Obedecer la ley y las regulaciones
Jugar según las reglas del juego

Responsabilidad económica

Generar beneficios y ser rentable
Base sobre la que descansa el resto de responsabilidades

Fuente: Carroll (1991)

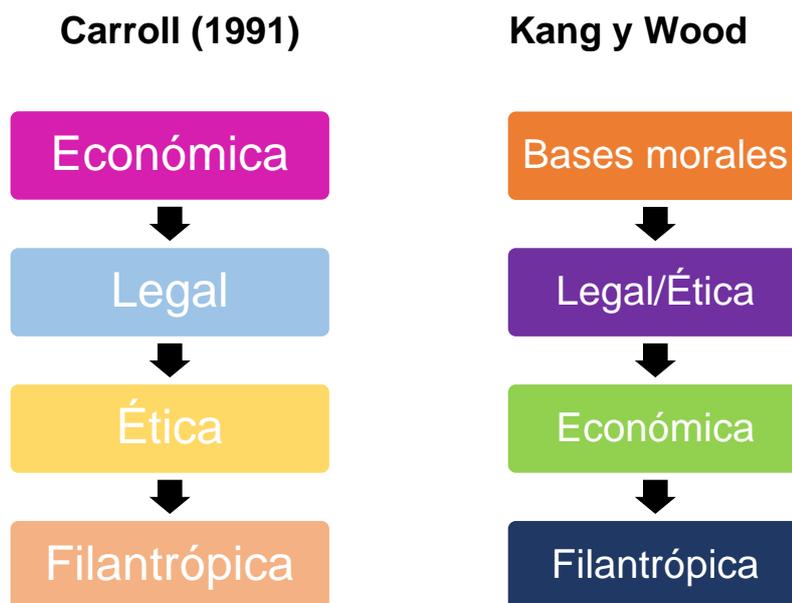
Por último, en la tercera dimensión, hace referencia a las actividades y acciones que realiza la organización siguiendo unos criterios que la sociedad considera como responsables. Estas actividades y acciones socialmente responsables, son en su mayoría comunes para todas las empresas, independientemente del sector productivo en el que se encuentren. Pero sí existen algunas que realizan unas empresas y otras no debido al sector al que pertenecen.

Pero este modelo no es tan bonito como lo pintaba Carroll, ya que fue criticado por varios autores entre los que se encuentra Kang y Wood (1995). Estas críticas se referían a que el ciclo de responsabilidades no estaba bien como Carroll lo presentaba, ya que había que considerar dichas responsabilidades de distinta forma y orden. Según Kang y Wood, el orden correcto que debían seguir las responsabilidades era la siguiente:

- 1º. Bases morales.
- 2º. Responsabilidad ética y legal.
- 3º. Responsabilidad económica.
- 4º. Responsabilidad filantrópica.

El gráfico 1.3. compara ambas propuestas.

Gráfico 1.3. Comparación de la pirámide de Carroll y Kang y Wood.



Fuente: elaboración propia a partir de Carroll (1991) y Kang y Wood (1995).

Desde otra perspectiva, aparece otra idea de la mano de Hurtado Rodero (2010) que tienen que considerar la empresa, “el triple resultado” (*Triple Bottom Line*), que también juzga teorías que se pensaban que eran correctas hasta el momento.

Posteriormente a estos dos autores (Carroll y Kang y Wood), se manifiesta Elkington (1997) justificando que una empresa es sostenible si cumple con 3 objetivos: ser económicamente aceptable, ser socialmente beneficiosa y ser ambientalmente responsable. Por consiguiente, estas 3 características deben de ser compaginables para producir rentabilidad económica positiva, valor social y valor ambiental para todos los grupos de interés (*stakeholders*).

También, Fernández (2006) comenta las peculiaridades que tiene que ser una empresa socialmente:

1. La empresa tiene que respetar la ley vigente y tener intenciones de realizar acciones y conductas que favorezcan a la sociedad más allá de la norma.
2. Constituir y poseer una perspectiva estratégica de la RSC.
3. Los directivos de la empresa deben comunicar a los *stakeholders* la información tanto de los resultados económicos como del impacto en la sociedad y medioambiente de sus acciones, es decir, ser transparentes.
4. La empresa tiene que buscar una rentabilidad sostenible a lo largo del tiempo y ser modelo de buen gobierno.

1.4. Los *stakeholders*, grupos de interés de las empresas.

En este cuarto apartado vamos a entrar a hablar más en profundidad de los *stakeholders*, mencionando a diferentes autores e intentando relacionar su concepto y conexión con la responsabilidad social corporativa.

Freeman (1984, p.46) introduce una definición de *stakeholder* en la que los describe como “cualquier persona o grupo de personas que pueda afectar al desempeño de la empresa o que sea afectado por el logro de los objetivos de la organización”, es decir, a un ladrón le considera también parte de este grupo. De este modo, Freeman expresa que “la consecución de una adecuada posición competitiva de la organización en el mercado dependerá del establecimiento de vínculos estables y basados en la confianza de cada uno de los colectivos con los que esta se relaciona” (Freeman, 1984, p.46).

Podemos ver un esquema del modelo de *stakeholders* de Freeman (1984) en el gráfico 1.4.

Gráfico 1.4. El modelo de Freeman.



Fuente: adaptado y sintetizado de Freeman (1984, p.25).

Desde otro punto de vista Rodríguez Fernández (2003) considera al personaje de *stakeholder* como imprescindible para la supervivencia de la empresa y su éxito a largo plazo. Lo define como el individuo o grupo de individuos que cumple con varias funciones, que son: hacer inversiones específicas en la empresa y tomar riesgos.

Además, Rodríguez Fernández clasifica a los *stakeholders* en dos:

1. Participes directos o contractuales: aquellos en lo que su participación en la organización es activa y constante realizando inversiones y tomando diferentes riesgos no eliminables. A este grupo pertenecen los directivos, los accionistas, los proveedores, los acreedores, los propios trabajadores...
2. Participes indirectos o contextuales: son aquellos en los que recaen las consecuencias de las acciones de las empresas, independientemente de su voluntariedad o no. Como, por ejemplo, el medioambiente.

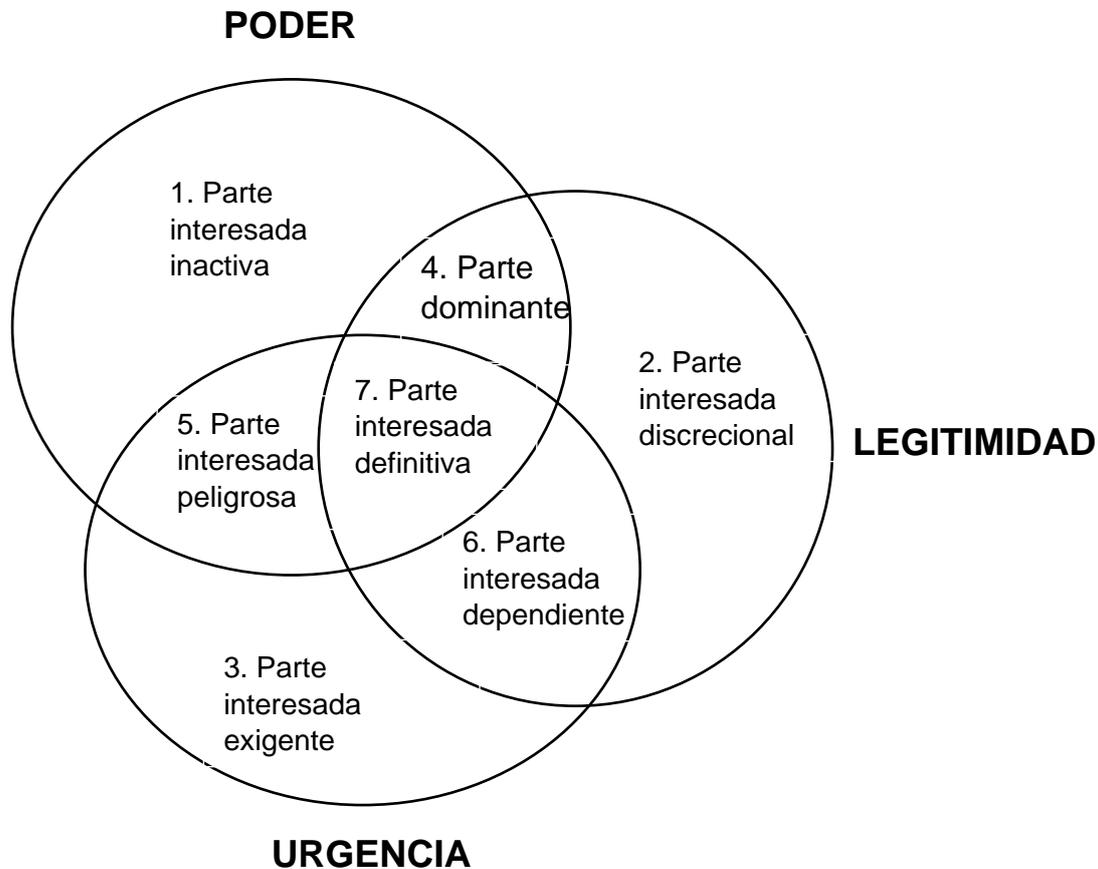
Otros autores, Mitchell *et al.* (1997), definen a los *stakeholders* como la figura que se caracteriza por tener en diferente medida y grado, los siguientes atributos: capacidad de influencia, legitimidad (social, legal y moral). Además, los objetivos o resultados de la empresa vienen determinados recíprocamente por los *stakeholders*.

Dependiendo de las características que tengan los *stakeholders*, se dividen en (Mitchell *et al.*, 1997):

- *Stakeholders* latentes:
 - Adormecidos: buscan conseguir otro atributo de forma urgente.
 - Discrecionales: no tienen poder ni peticiones inmediatas y por ello su relación con la organización es altruista.
 - Exigentes: estos realizan peticiones concretas a la empresa, pero no poseen el suficiente poder ni reconocimiento para que se lo otorguen.
- *Stakeholders* expectantes:
 - Dominantes: sus peticiones y expectativas son fundamentales para la empresa.
 - Peligrosos: realizan peticiones que no son legales y a veces son obligados por la fuerza y poder a concedérselas.
 - Dependientes: estos no tienen apenas poder para que se les concedan sus demandas y por eso buscan relacionarse con otros grupos de interés para depender de ellos.
- *Stakeholders* definitivos: son los más importantes para la empresa y por lo tanto van a reclamar que se les satisfaga todas sus peticiones rápidamente.

El gráfico 1.5 recoge los distintos atributos de cada grupo de *stakeholders*.

Gráfico 1.5. Tipología de *stakeholders*: atributos.



Fuente: Mitchell *et al.* (1997, p. 874).

Aquellas personas o grupos que no presentan ninguno de los atributos reflejados en el gráfico 1.5 no son considerados.

Siguiendo con otro autor, Olcese *et al.* (2008) divide en tres grupos siguiendo varios criterios:

1. Relación de los *stakeholders* con la empresa:
 - a. “Estructurales”: formado por los individuos que intervienen en la invención o reposicionamiento estratégico de la empresa. Constituido por los accionistas o inversores.
 - b. “De gestión”: formado por las personas que se comprometen en el crecimiento y desarrollo de la empresa, es decir, los trabajadores, clientes, proveedores y entidades financieras.

- c. “Complementarios”: aquellos que influyen en el prestigio y reputación de la empresa por sus actos y opiniones.
2. Grupo “ejes de relación”:
- a. Por responsabilidad: hay que determinar los organismos con los que la organización tiene un vínculo legal.
 - b. Por influencia: son las que tienen poder para influir en la concesión de los objetivos de resultados de la empresa.
 - c. Por cercanía: relaciones con la empresa interna y externamente debido a su cercanía.
 - d. Por dependencia: son los subordinados de la empresa (trabajadores, clientes, proveedores...)
 - e. Por representación: son los que representan a otras personas del entorno de la empresa, tales como sindicatos.
3. Según la importancia de los *stakeholders* con la empresa.
- a. Críticos: tienen un impacto fundamental en la evolución de la empresa.
 - b. Básicos: tienen un impacto medio en la empresa pero que participan en algunos procesos importantes.
 - c. Complementarios: cuentan con poco impacto económico y su influencia en el prestigio de la empresa es también escaso. Olcese *et al.* (2008).

1.5. Herramientas de gestión.

Como se ha mencionado anteriormente, la incorporación de la RSC en las empresas se ha visto reflejada en los últimos años. Desde hace varias décadas, se ha decidido implantar de manera prácticamente universal, dispositivos y herramientas para fomentar modelos sociales responsables. Todo ello se ha conseguido en buena parte, gracias a que la sociedad ha trabajado hacia una evolución del concepto RSC y se ve reflejado en las reivindicaciones y demandas de la sociedad a las grandes empresas.

Todo este progreso en materia de RSC, lo podemos ver reflejado ya que han aumentado considerablemente los informes no financieros que demandan los grupos de interés a la empresa. Estos informes y muchos otros que realizan las empresas, se han implantado como una manera natural de trabajar y con ello dar visibilidad y propaganda a las actividades y acciones socialmente responsables que realizan las empresas y con ello, enriqueciendo su imagen, reputación y prestigio en la sociedad empresarial y en el resto de públicos del mundo. Estos informes no financieros son complicados de hacer una comparación entre empresas ya que son en su mayoría heterogéneos y carecen de estructura y contenido común. Para poder compararlos y así tener una imagen “real e ideal” entre empresas, habría que homogeneizar dichos informes, como se hace con los financieros (García y Madero, 2016).

Para impulsar la responsabilidad social corporativa los instrumentos y herramientas utilizados se han manifestado en la creación de un conjunto de normas, criterios, metodologías de gestión y diferentes resúmenes de transparencia. Este conjunto de instrumentos y herramientas han sido creadas parcialmente por los organismos vinculados con la defensa de los derechos humanos, la protección medioambiental, la defensa de los derechos del trabajador...

Este marco normativo, que es generalmente de carácter voluntario, otorga una especie de “libertad” para actuar de manera razonable en el entorno de la responsabilidad social de las empresas. Pero también existen dentro de este marco normativo, las declaraciones, reglas y normas derivadas del Pacto Mundial de Naciones Unidas, Organización Internacional del Trabajo (OIT), Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE)...

Las acciones y actividades socialmente responsables que realizan las empresas son puestas en funcionamiento gracias a los métodos de gestión y fijación de políticas y organización de procesos. Como, por ejemplo, la Norma ISO 26000.

Por último, los informes no financieros mencionados antes, tratar de evaluar y comprobar los resultados de diferentes variables que se ponen en

funcionamiento debido a las acciones socialmente responsables que realizan las empresas.

Actualmente, los indicadores más usados son aquellos derivados de estándares, tales como *Global Reporting Initiative Guidelines* (García y Madero, 2016).

La directiva de la Unión Europea sobre la información no financiera (2014/95/EU) ha sido traspuesta a la legislación española mediante la Ley 11/2018, de 28 de diciembre. A partir de ello, la Unión Europea está desarrollando todo un conjunto de documentos y alguna propuesta de directiva adicional. Además, dentro de la Unión Europea, se ha establecido el European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG), el cual ha comenzado a desarrollar borradores sobre estándares europeos de información sobre sostenibilidad, que actualmente están sometidos a procesos de consulta pública.

Por su parte, la fundación IFRS (Internacional Financial Reporting Standard) ha creado el International Sustainability Standard Board (ISSB) que en el primer trimestre de 2022 ha publicado sus primeros proyectos o borradores sobre transparencia en materia de sostenibilidad.

CAPÍTULO 2: INDUSTRIA ALIMENTARIA

En este nuevo capítulo, vamos a elaborar un análisis de la evolución histórica de la industria alimentaria, desde sus inicios. Además, explicaremos la situación en la que se encuentra este sector actualmente en dos países, España e Italia.

2.1. Historia de la industria alimentaria

Las primeras referencias que tenemos de la industria alimentaria, nos llevan a sus inicios en el Siglo XIX y evolucionando hasta conseguir aumentar su dimensión y complejidad.

La industria alimentaria es aquella que se encarga de realizar todas las fases de la cadena alimentaria (desde el transporte, recepción, almacenamiento, procesamiento, conservación y hasta el servicio de alimentos de consumo humano y animal) es decir, de transformar materia prima de origen animal (ganadería), vegetal (agricultura) y fúngico (relativo a los hongos) en alimentos que se transportan al mercado para su consumo (Erikcson, 1990).

Vamos a describir todas esas fases que componen la industria alimentaria:

- El transporte de alimentos se trata de toda acción que garantice el estado de los alimentos en su transporte, desde que salen del área de producción hasta el lugar de almacenamiento, todo ello intentando conservar los alimentos en sus temperaturas apropiadas y previniendo de que se contaminen.
- El siguiente eslabón de la cadena es la recepción de los alimentos, que consiste en el control de las materias primas recibidas y asegurar su calidad, ya que una recepción de materia prima en mal estado, es una gran pérdida para la empresa. Para ello, en esta etapa se asignan diferentes reglas para aceptar o rechazar la mercancía que llega, normalmente dicho examen lo realiza el profesional el inspector de calidad de la empresa.
- Por consiguiente, tenemos el almacenamiento de los alimentos que consiste en conservar las características propias de los alimentos. Además, se examina la estacionalidad de algunos alimentos para así

verificar su rotación. También hay que controlar la temperatura del almacén y su humedad para guardar los alimentos a su debida temperatura y prevenir de posibles deterioros. Dependiendo del tipo de producto que se vaya a almacenar, existen diferentes tipos de almacenes, tales como silos herméticos, almacenes al aire libre, almacenes refrigerados con cámaras frigoríficas...

- Seguimos con la fase de procesamiento de alimentos, que se resume en flujogramas de proceso y su inspección es sometido en los sistemas de aseguramiento de calidad. Se caracteriza por ser un proceso heterogéneo y complejo al depender del tipo de alimento y cantidad que queramos procesar.

Los procesos que se utilizan frecuentemente para producir alimentos buscan la modificación inicial del alimento crudo para conseguir un producto diferente, normalmente ya producto final para ser ingerido. Estos procesos se basan en primer lugar por una cocción del alimento, especialmente si se tratan de alimentos de origen cárnico, así como el salado. Además, también se da la destilación del, secado (principalmente en pescados y carnes para conservar mejor sus propiedades y por salud) y la fermentación mediante la cual añaden microorganismos (levadura) al producto, y es muy utilizada en la industria de la bebida, especialmente para producir cerveza.

- Antes de pasar a la fase final, el alimento debe de pasar por la conservación. Este proceso se inició en 1795 por Nicolas Appet y en esa época consistía en un proceso donde el calor era un elemento fundamental, y hoy en día también es así.

La finalidad de esta fase es la modificación del alimento inicial pasando a un producto diferente el cual tiene una vida útil mayor, es decir, es más duradero para su posterior distribución y compra final.

- Por último, el servicio de alimentos se trata de los comercios y establecimientos que se ocupan de elaborar los alimentos para su servicio y consumo final.

En estos locales se aplican técnicas gastronómicas las cuales son sometidas a inspecciones de seguridad e higiene de los alimentos.

Estos establecimientos son tales como restaurantes, bares, comedores escolares, hoteles, hospitales...

En la actualidad, gracias al progreso en las investigaciones científicas y tecnológicas, la industria alimentaria está en continuo crecimiento y perfeccionamiento, logrando así numerosos alimentos disponibles para llevar a cabo una dieta equilibrada.

También hay que destacar que en los últimos años el crecimiento de la producción alimentaria ha ido de la mano del esfuerzo por la supervisión de las normas y leyes alimentarias, su higiene y así tratar de que los procesos y productos estén regulados y sean uniformes en todo el mundo.

Para finalizar con este apartado, la industria alimentaria se asocia según la tipología del alimento, siendo así: industria pesquera, industria cárnica, industria láctea, industria de los alimentos, tabacos y bebidas...

2.2. Importancia de la RSC en la industria alimentaria.

La industria alimentaria es fundamental en el mundo moderno ya que permite a las personas poder tener una oferta constante de alimentos, es decir, alimentarse para sobrevivir. Sin embargo, todos sabemos que hay países y poblaciones que sufren mucha escasez de alimentos debido a distintas situaciones, tales como pobreza, escasez de recursos...

Dentro de la industria alimentaria, hay una serie de factores que influyen en ella:

- A) La higiene es un elemento fundamental cuando hablamos de la manipulación de los alimentos, ya que se está en continuo contacto. Para una correcta higiene de los alimentos, es necesario además de la higiene personal de la persona encargada de manipular los alimentos, también se necesita que los alimentos conserven sus propiedades organolépticas (aroma, textura, sabor, color...) y su inocuidad alimentaria.

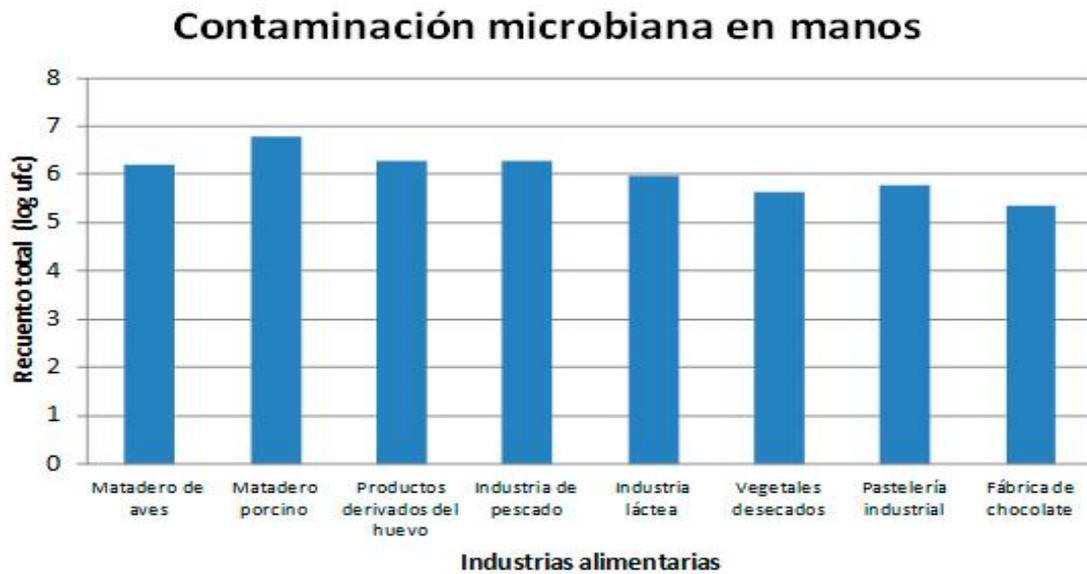
Las intoxicaciones derivadas de la alimentación provienen en su gran mayoría por no llevar a cabo unas normas apropiadas de higiene alimentaria. Al ingerir alimentos intoxicados con estas bacterias, llegan a provocar fiebre, náuseas y vómitos, diarrea... Por todo ello, los trabajadores encargados de manipular los alimentos en las distintas industrias alimentarias deben realizar buenas prácticas de higiene y manipulación de alimentos. Según el Reglamento de Información Alimentaria UE1169/2011, estas buenas conductas son:

- La higiene personal del trabajador, es decir, lavarse frecuentemente las manos con agua y jabón y después secárselas correctamente. Además de llevar las uñas de las manos cortas y limpias, y la ropa de trabajo.
- Los manipuladores de alimentos que ocasionalmente estén enfermos por gripe y enfermedades infecciosas contagiosas no deben acudir al centro de trabajo ya que pueden contagiar a los futuros consumidores de esos alimentos.
- La ropa de trabajo debe de ser apropiada para sus tareas y está prohibido utilizar dicha ropa en lugares ajenos a la empresa, ya que se puede contaminar.

También existen otras normativas en el ámbito de la higiene alimentaria como el uso obligatorio de gorro de red, uso de guantes, prohibido fumar en las instalaciones de la empresa, prohibido comer en el puesto de trabajo...

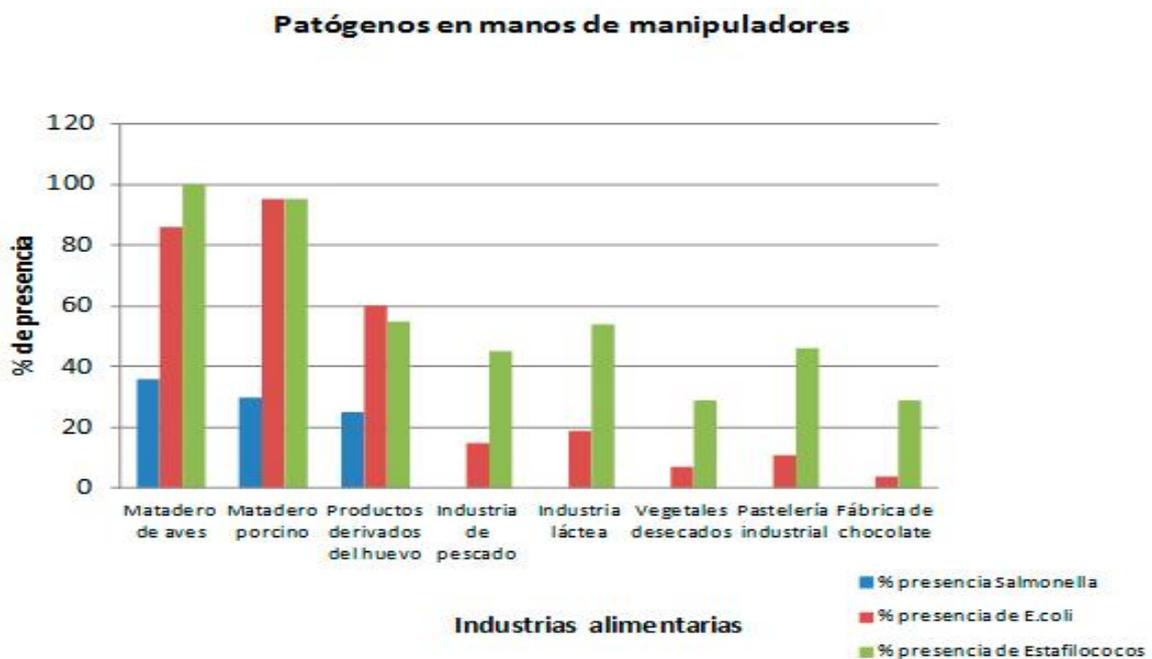
La causa más frecuente en la contaminación de productos es la mala higiene de manos. Por consiguiente, se han elaborado diferentes pruebas de las manos de trabajadores que se encargan de manipular los alimentos en varias industrias alimentarias utilizando la técnica de enjuague (De Wit, 1985). Los datos resultantes se pueden observar en la figura 2.1 y 2.2 que se muestran a continuación.

Figura. 2.1. Recuento total de microorganismos en manos de manipuladores de alimentos en distintas industrias alimentarias.



Fuente: Canet (2016).

Figura 2.2. Presencia de microorganismos patógenos en manos de manipuladores de alimentos en algunas industrias alimentarias.



Fuente: Canet (2016).

B) En cuanto a los riesgos laborales en la industria alimentaria, son semejantes a los que se producen en las industrias manufactureras. En su mayoría, los accidentes laborales se producen por sobreesfuerzos del sistema musculoesquelético, cortes por utensilios especialmente cuchillos...

Los riesgos laborales de accidentes en la industria alimentaria son:

- **Caídas:** son producidos en su mayoría por el estado y las condiciones del suelo (superficie del suelo desigual o húmeda, al vapor o polvo en el área de trabajo), a la iluminación escasa... Para ello, se debe usar un EPI (equipo de protección individual) adecuado para cada situación que muestre un apoyo estable al trabajador.
- **Choques, cortes y golpes con herramientas manuales:** las cuchillas y las hojas de sierra que tienen los equipos de trabajo son la principal causa de accidente. Mediante el buen diseño y mantenimiento de los instrumentos, el uso de recursos como los guantes, el correcto funcionamiento de las herramientas y la completa y correcta formación de los trabajadores pueden reducir las lesiones ocasionadas. Además, para evitar accidentes existen los equipos de protección individual, conocidos como EPI.
- **Atrapamientos:** estos accidentes son menos frecuentes, pero también pueden llegar a producirse. Para poder evitarlos hay que tener especial atención en los resguardos móviles de la maquinaria y las herramientas. En cuanto a la ropa que tienen que llevar los trabajadores que realicen su trabajo con máquinas de estas características, tiene que ser ceñida y no llevar joyas, ni relojes.
- **Quemaduras por contactos térmicos:** producidas por la ausencia de protección en los focos de calor. De manera que, los trabajadores que sufren este tipo de lesiones son aquellos que están en contacto con hornos y máquinas que alcanzan altas temperaturas.
- **Exposición a sustancias nocivas o tóxicas:** los trabajadores que se encuentran en contacto con sustancias tóxicas, si no llevan una correcta vestimenta, pueden sufrir las consecuencias de dichas

sustancias, como son la irritación de ojos y garganta, migrañas, etc...., llegando a producirse incluso enfermedades respiratorias.

2.3. Situación actual de la industria alimentaria española

La industria alimentaria de España se vio afectada desde el año 2008 debido a la crisis económica que sufría el país, pero ya a partir del año 2017 podemos hablar de recuperación del sector alimentario.

Hasta el Informe Económico Anual del sector alimentario presentado por la Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas de 2021 (FIAB, 2021), este sector se encontraba en el primer sector industrial español con cifra de ingresos más grande la historia, gracia a una producción mayor a los 100.000 millones de euros y un crecimiento del 2,9% con respecto al años anterior. Todo ello, también dio lugar a un aumento de empleados, acercándose a la cifra de 9.500 nuevos pu8estos de trabajo en el año 2016 según Galdon Software y destacando que el 37% de ese empleo era femenino y, además, el 14% de jóvenes de menos de 30 años.

Según Access Gestión Integral de Empleo (2018), la industria alimentaria llega al 20,2 del empleo, es decir, una persona de cada cinco que trabaja en la industria, lo hace en la alimentaria.

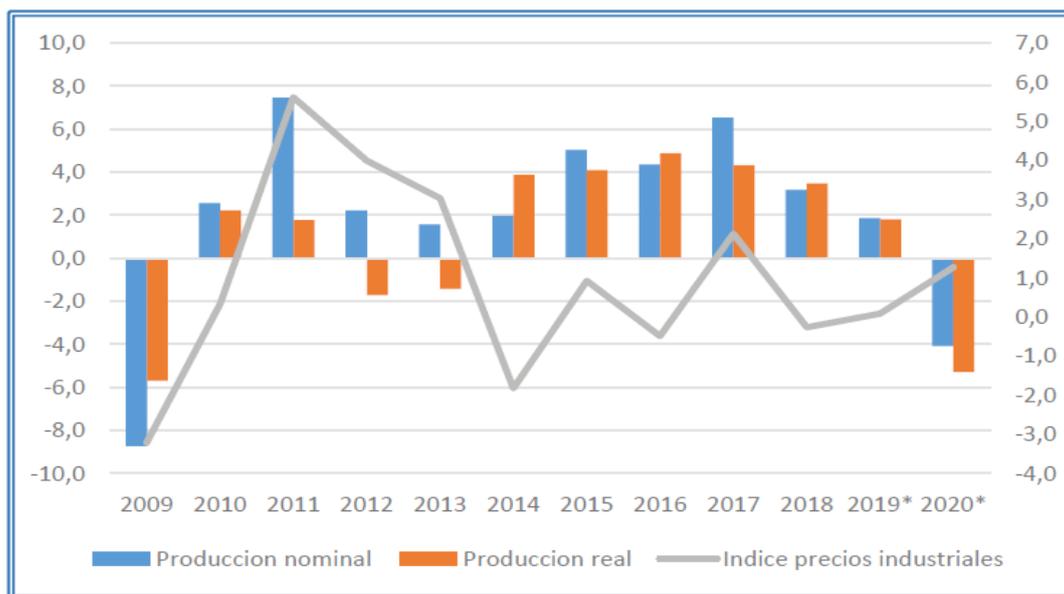
Dentro de la industria alimentaria, la evolución de la cifra de ventas ha sido distinta dependiendo del canal.

En 2020, la industria alimentaria y bebidas ha conservado su capacidad para establecer nuevas empresas, pero en una cantidad más restringida que en el año anterior, debido fundamentalmente a la COVID-19 y sus efectos. En el año 2020, esta industria generaba un total de 1.975 nuevas empresas, haciendo frente a las 2.100 empresas con las que finalizo el año 2019, también debido a la pandemia que sufría el país y el resto del mundo.

A partir del año 2009, la producción de la industria alimentaria ha ido ganando fuerza en términos nominales (evolución de sus precios) y en términos reales. Pero es a partir del año 2020 cuando estos caminos se ven perjudicados por la

COVID-19 y sus consecuencias. De tal modo que los precios sufren inflación en un 2,7% respecto a los registros del año 2015 y su actividad nominal y real ni llega a los niveles referentes de dicho año. (Véase gráfico 2.1).

Gráfico 2.1: crecimiento interanual de la producción de Alimentos y Bebidas (en %)



Fuente: FIAB 2021.

La industria alimentaria de España en el año 2020 consigue otra vez crecimiento en sus ventas externas, es decir, en sus exportaciones y finaliza dicho ejercicio con un aumento de un 4,4% pese a la pandemia de la COVID-19. Este nuevo auge de la industria alimentaria en comercio exterior resulta significativo con respecto a la pérdida de fuerza registrada en el comercio exterior de este tipo de productos ya que sus ventas aumentaron un año antes a ritmo de 6,60% tras superar la reducción en el año 2018.

El último informe disponible acerca de la actuación de la industria alimentaria que facilita el INE en la Estadística Estructural de Empresas finaliza en el año 2018. En este informe, muestra una alta concentración de la industria alimentaria en Andalucía y Cataluña como territorios principales de dicha industria, presentando una facturación conjunta del 39% del total nacional. También podemos decir que la comunidad de Madrid, el País Vasco y Aragón son capaces

de aumentar sus niveles de empleo consiguiendo también aumentar su productividad (véase gráfico figura 2.3 y figura 2.4).

2.4. Situación de la industria alimentaria en Italia.

En el año 2019, el número de empresas en la industria alimentaria en Italia se encontraba aproximadamente en 51.094 empresas, pero este dato fue el más bajo del periodo (2010-2019). Cabe destacar que en el año 2011 se dio el pico de máximas empresas de la industria alimentaria con 55.023 (STATISTA, 2022a).

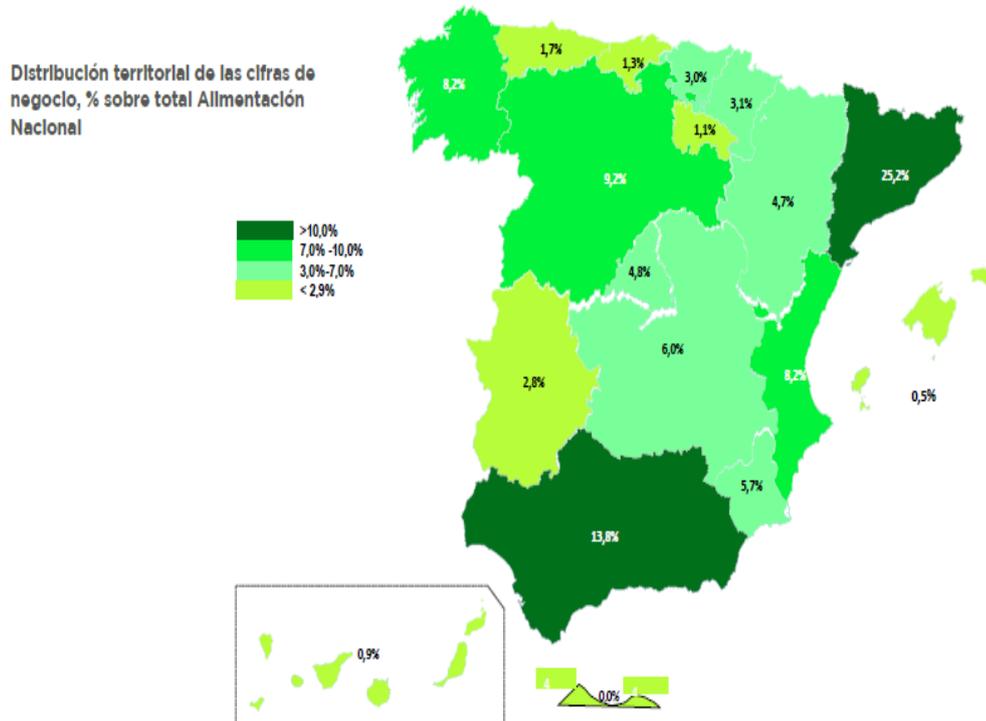
Según EUROSTAT, estos datos están formados por todas las empresas que hayan estado operativas como mínimo en una parte de la etapa de referencia.

La cifra de ventas de la industria alimentaria en Italia en el año 2020 no tuvo apenas variaciones respecto al año anterior, siendo de 123 millones de euros. Pero en este último año, la cifra de ventas llegó a su máximo histórico.

En cuanto a los gastos de personal en las industrias alimentarias de Italia, han ido en aumento con el paso de los años desde 2010 hasta el 2019, siendo este último el pico más alto con 13.677 millones de euros. Esta partida de gastos de personal está formada por los sueldos, salarios y gastos de seguridad social de los empresarios y también comprendiendo también los impuestos y las contribuciones a la seguridad social de los trabajadores retenidas por el trabajador (STATISTA, 2022b).

En cuanto a las cifras de exportación de la industria alimentaria italiana, en el año 2019 este sector obtuvo un aumento del 6,9% respecto al año anterior, siendo la cifra de exportación de 35.200 millones de euros. Pero con los últimos datos recogidos del año 2021, la cifra de exportación ha vuelto a alcanzar un récord histórico con 52.000 millones de euros siendo un 11% el aumento registrado. Este gran aumento de las exportaciones de agro alimentos se produce por diversos motivos, entre ellos el cierre de numerosos restaurantes a causa del COVID-19 y su posterior venta de dichos productos a otros países de Europa.

Figura 2.3: distribución territorial cifras de negocios % sobre total Alimentación Nacional.

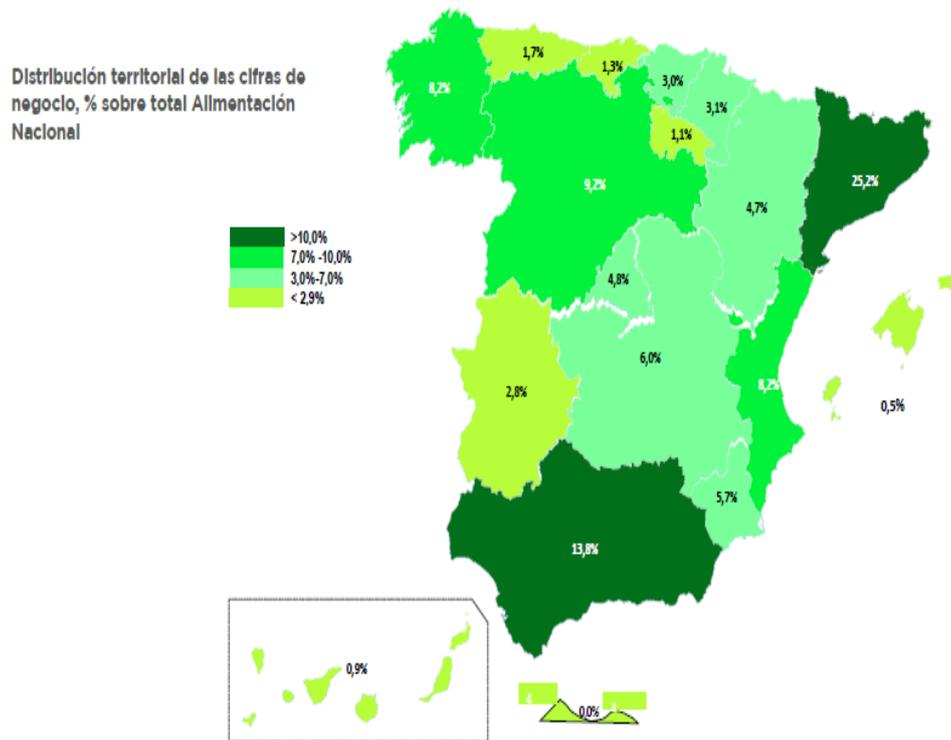


Comunidades Autónomas	Cifra de negocios			Empleo			Salarios Medios por ocupado
	s/ Total industria	s/ Manufacturas	% cto 2018	s/ Total industria	s/ Manufacturas	% cto 2018	% cto, 2018
Andalucía	18,2%	23,4%	-7,4%	21,4%	26,6%	4,7%	1,6%
Aragón	15,7%	17,9%	14,8%	12,4%	13,4%	11,9%	4,9%
Asturias, Principado de	12,1%	17,1%	-5,3%	13,7%	15,7%	5,1%	2,6%
Balears, Illes	9,7%	22,0%	7,7%	14,8%	18,7%	7,0%	5,9%
Canarias	13,3%	29,4%	-3,8%	23,5%	32,8%	-3,3%	-3,2%
Cantabria	14,8%	17,6%	-14,0%	17,9%	20,1%	0,5%	3,0%
Castilla y León	23,6%	27,2%	4,8%	26,2%	28,4%	4,6%	-0,6%
Castilla - La Mancha	22,3%	26,3%	1,9%	20,8%	22,6%	2,5%	4,1%
Cataluña	17,8%	20,6%	4,9%	17,1%	18,6%	6,3%	4,6%
Comunitat Valenciana	12,4%	14,5%	2,1%	12,7%	13,9%	3,7%	0,7%
Extremadura	33,7%	48,7%	-9,2%	33,7%	40,1%	-4,2%	4,3%
Galicia	19,6%	23,2%	4,5%	20,7%	22,7%	8,2%	-2,1%
Madrid, Comunidad de	7,3%	11,2%	17,5%	9,2%	11,1%	7,5%	6,1%
Murcia, Región de	25,6%	30,3%	-1,9%	28,9%	32,9%	4,1%	2,3%
Navarra, Comunidad Foral de	16,2%	18,1%	8,0%	17,7%	18,8%	1,3%	1,7%
País Vasco	5,3%	6,2%	18,3%	6,0%	6,3%	4,8%	5,1%
Rioja, La	18,9%	21,6%	0,8%	16,8%	17,6%	-0,7%	4,0%
Ceuta	12,9%	54,7%	-20,0%	16,8%	45,0%	5,7%	-15,5%
Melilla	1,8%	13,9%	-17,5%	15,7%	23,8%	-1,4%	-7,5%
ESPAÑA	15,8%	19,4%	2,5%	16,6%	18,6%	4,8%	2,7%

Fuente: Estadística Estructural de Empresas: sector industrial, INE

Fuente: FIAB 2021.

Figura 2.4: algunas magnitudes económicas en el sector económico español.



Comunidades Autónomas	Cifra de negocios			Empleo			Salarios Medios por ocupado
	s/ Total industria	s/ Manufacturas	% cto 2018	s/ Total industria	s/ Manufacturas	% cto 2018	% cto, 2018
Andalucía	18,2%	23,4%	-7,4%	21,4%	25,6%	4,7%	1,6%
Aragón	15,7%	17,9%	14,8%	12,4%	13,4%	11,9%	4,9%
Asturias, Principado de	12,1%	17,1%	-5,3%	13,7%	15,7%	5,1%	2,6%
Balears, Illes	9,7%	22,0%	7,7%	14,8%	18,7%	7,0%	5,9%
Canarias	13,3%	29,4%	-3,8%	23,5%	32,8%	-3,3%	-3,2%
Cantabria	14,8%	17,6%	-14,0%	17,9%	20,1%	0,5%	3,0%
Castilla y León	23,6%	27,2%	4,8%	26,2%	28,4%	4,6%	-0,6%
Castilla - La Mancha	22,3%	26,3%	1,9%	20,8%	22,6%	2,5%	4,1%
Cataluña	17,8%	20,6%	4,9%	17,1%	18,6%	6,3%	4,6%
Comunitat Valenciana	12,4%	14,5%	2,1%	12,7%	13,9%	3,7%	0,7%
Extremadura	33,7%	48,7%	-9,2%	33,7%	40,1%	-4,2%	4,3%
Galicia	19,6%	23,2%	4,5%	20,7%	22,7%	8,2%	-2,1%
Madrid, Comunidad de	7,3%	11,2%	17,5%	9,2%	11,1%	7,5%	6,1%
Murcia, Región de	25,6%	30,3%	-1,9%	28,9%	32,9%	4,1%	2,3%
Navarra, Comunidad Foral de	16,2%	18,1%	8,0%	17,7%	18,8%	1,3%	1,7%
País Vasco	5,3%	6,2%	18,3%	6,0%	6,3%	4,8%	5,1%
Rioja, La	18,9%	21,6%	0,8%	16,8%	17,6%	-0,7%	4,0%
Ceuta	12,9%	54,7%	-20,0%	16,8%	45,0%	5,7%	-15,5%
Melilla	1,8%	13,9%	-17,5%	15,7%	23,8%	-1,4%	-7,5%
ESPAÑA	15,8%	19,4%	2,5%	16,6%	18,6%	4,8%	2,7%

Fuente: Estadística Estructural de Empresas: sector industrial, INE

Fuente: FIAB 2021.

Además del impacto social que tuvieron las victorias deportivas (Eurocopa de fútbol masculino 2020) y victoria musical (Eurovisión 2020) que prestigiaron la imagen de “*Made Italy*” que se identifica con los productos del país.

También Italia es en la actualidad uno de los países más verde en toda Europa, encabezando el sector orgánico con 80.000 operadores.

CAPÍTULO 3: ESTUDIO EMPÍRICO.

Vamos a finalizar este trabajo con este último capítulo, en el cuál elaboraremos un análisis de las empresas de la industria alimentarias de España e Italia contrastando determinadas variables seleccionadas. Este estudio lo hemos realizado a través del programa XLSTAT utilizando las ratios más importantes y una regresión logística binaria.

3.1. Fuentes de datos, muestra y variables analizadas.

El análisis elaborado ha sido obtenido esencialmente a través de la base de datos Orbis, que se encuentra abierta para los estudiantes en la Biblioteca de Valladolid (UVa), donde se recoge las puntuaciones otorgadas por Moody's a las empresas en materia de RSC, con indicadores en materias de medioambiente, social y gobierno corporativo (en inglés, ESG), con puntuaciones que van desde 0 (peor, mínimo) hasta 100 (mejor, máximo). Además, en esa misma base Orbis aparece datos económicos-financieros sobre las empresas.

A partir de ahí, la base de datos construida consta de 72 empresas de la industria alimentaria española con más de 500 empleados y de 73 empresas italianas del mismo sector y con igual número de empleados. Es decir, tenemos una base de datos de 145 empresas en total y utilizamos los datos del ejercicio económico 2021.

Las variables a analizar son las siguientes:

- Variables explicativas en materia de RSC: se recogen en la tabla 3.1. y se refieren a seis indicadores principales al respecto, tal como aparecen en la citada base Orbis, con puntuaciones de 0 a 100 cada una de ellas.
- Variable explicativa de control de carácter económico-financiero: se utiliza el volumen de activos totales de cada empresa.
- Variable dependiente (Y): esta variable toma el valor 0 para las empresas alimentarias de Italia y 1 para las empresas españolas.

Tabla 3.1. Variables explicativas de RSC incluidas en el análisis.

<u>SEIS INDICADORES PRINCIPALES</u>
RECURSOS HUMANOS
MEDIOAMBIENTE
COMPORTAMIENTO EMPRESARIAL
PARTICIPACIÓN CON COMUNIDAD
GOBIERNO CORPORATIVO
DERECHOS HUMANOS

Fuente: elaboración propia.

3.2. Metodología econométrica aplicada

Para el análisis de esta investigación, hemos utilizado dentro del programa XLSTAT un modelo de regresión logística binaria.

La regresión logística es un método de estadística multivariante que se encarga de proporcionarnos la relación que hay entre la variable dependiente, que en nuestro caso es el país (España e Italia), con un conjunto de variables explicativas o independientes, que en este trabajo son los seis indicadores principales de ESG incluidos en la tabla 3.1.

El objetivo principal de este modelo de regresión logística es estimar cómo afectan las variables independientes a la probabilidad de que ocurra el suceso $Y = 0$ (Italia) ó $Y = 1$ (España) (Prieto, 2016).

Así, el modelo de regresión logística binaria o dicotómica se puede especificar mediante la siguiente expresión:

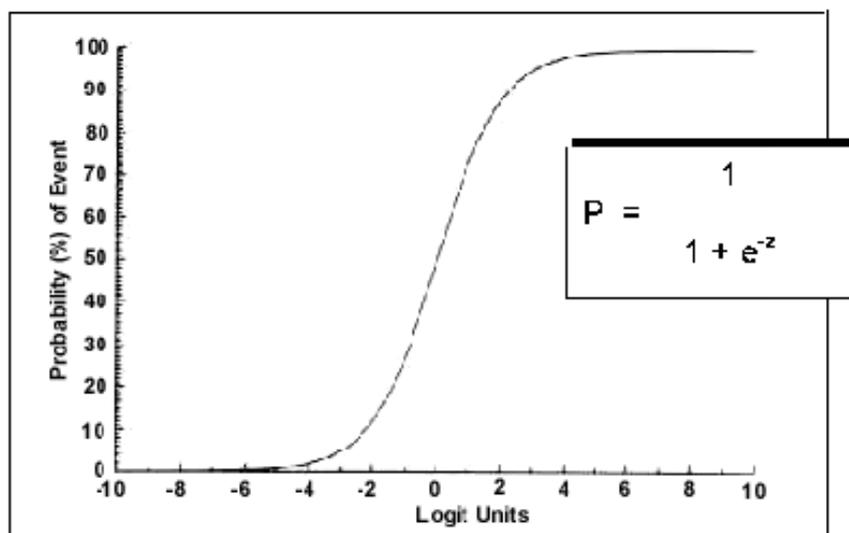
$$Y = F(\beta_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k) + \varepsilon$$

Dónde F es la función de distribución de una variable aleatoria logística estándar, con valores entre 0 y 1 para todos los números reales z:

$$F(z) = \frac{\exp(z)}{1+\exp(z)} = \frac{1}{1+e^{-z}} = \frac{e^z}{1+e^z}$$

El modelo *logit* se interpreta mediante la denominada “Curva *logit*”, la cual está representada por los valores limitados entre 0 y 1, relacionando la variable independiente (Y_i) con las variables explicativas (X_{ki}), que se manifiesta mediante la función de distribución F de la variable aleatoria logística estándar (Prieto, 2016). Esta curva tiene forma de S, lo cual significa que está ajustado al incremento no lineal deseado, pero con acentuaciones grandes en el medio y ligeras en los extremos. Esto último lo podemos observar en la figura 3.1.

Figura 3.1: Curva *Logit*.



Fuente: Kirklin y otros (1993).

En consecuencia, expresando el modelo en términos de probabilidad, tenemos (Prieto, 2016):

$$E[Y] = Pr(Y = 1) = \frac{\exp(\beta_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k + \varepsilon)}{1 + \exp(\beta_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k + \varepsilon)}$$

O, lo que es igual:

$$E[Y] = Pr(Y = 1) = \frac{1}{1 + \exp [-(\beta_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k + \varepsilon)]}$$

Los parámetros β son los coeficientes estimados en la regresión logística. Además, si β es positivo, indica que un aumento del valor o nivel de la variable explicativa incrementa la probabilidad de que se dé $Y_i = 1$. Por otro lado, si β es negativo, sucede lo contrario a lo anterior.

La estimación del modelo de regresión logística binaria se ha realizado con el *software* XLSTAT.

3.3. Resultados alcanzados con seis indicadores principales.

En este apartado, vamos a presentar los resultados obtenidos del análisis empírico.

3.3.1. Análisis de estadísticos descriptivos.

El análisis de estadísticos descriptivos de las variables explicativas lo encontramos en la tabla 3.2.

3.3.2. Matriz de correlaciones.

En la tabla 3.3. se recoge la matriz de correlaciones bivalente de Pearson, que estudia el vínculo existente entre cada par de variables explicativas empleadas. En nuestro caso, las correlaciones recogidas en dicha tabla son diversas. Muchas de ellas son superiores a 0,70.

Tabla 3.2. Estadísticos descriptivos de las variables explicativas para España e Italia 2021.

Variable	Obs.	Obs. con datos perdidos	Obs. sin datos perdidos	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típica
Recursos humanos	145	0	145	9,000	37,000	23,283	6,474
Medioambiente	145	0	145	6,000	38,000	17,545	5,333
Comportamiento empresarial	145	0	145	14,000	44,000	27,848	6,759
Comp. con la comunidad	145	0	145	10,000	45,000	20,683	7,494
Gobierno corporativo	145	0	145	12,000	55,000	38,138	8,360
Derechos humanos.	145	0	145	16,000	46,000	30,048	6,179
Activo Total miles USD	145	0	145	1135,889	7794289,330	582534,033	938602,188

Fuente: elaboración propia

Tabla 3.3. Matriz de correlaciones de las variables explicativas.

Variables	RECURSOS HUMANOS	MEDIOAMBIENTE	COMPORTAMIENTO EMPRESARIAL	COMPROMISO CON LA COMUNIDAD	GOBIERNO CORPORATIVO	DERECHOS HUMANOS.	Activos totales mil USD
RECURSOS HUMANOS	1,000	0,721	0,764	0,661	0,516	0,881	0,274
MEDIOAMBIENTE	0,721	1,000	0,568	0,620	0,398	0,673	0,266
COMPORTAMIENTO EMPRESARIAL	0,764	0,568	1,000	0,779	0,733	0,796	0,340
COMPROMISO CON LA COMUNIDAD	0,661	0,620	0,779	1,000	0,594	0,752	0,496
GOBIERNO CORPORATIVO	0,516	0,398	0,733	0,594	1,000	0,604	0,332
DERECHOS HUMANOS	0,881	0,673	0,796	0,752	0,604	1,000	0,466
Activo Total miles USD	0,274	0,266	0,340	0,496	0,332	0,466	1,000

Fuente: elaboración propia.

3.3.3. Regresión logística con seis indicadores principales.

El modelo estimado se recoge la tabla 3.4.

Tabla 3.4. Modelo *logit* estimado.

Fuente	Coefficiente	Error estándar	Chi ² de Wald	Pr > Chi ²	Wald Límite inf. (95%)	Wald Límite sup. (95%)
Intercepción	7,717	2,633	8,587	0,003	2,555	12,878
RECURSOS HUMANOS	0,289	0,137	4,442	0,035	0,020	0,558
MEDIOAMBIENTE	-0,297	0,123	5,809	0,016	-0,538	-0,055
COMPORTAMIENTO EMPRESARIAL	-0,671	0,140	23,072	< 0,0001	-0,945	-0,397
COMPROMISO CON LA COMUNIDAD	0,195	0,080	5,946	0,015	0,038	0,351
GOBIERNO CORPORATIVO	-0,307	0,084	13,353	0,000	-0,471	-0,142
DERECHOS HUMANOS.	0,613	0,166	13,637	0,000	0,288	0,938
Act.Total mil USD	-1,378E-06	6,13846E- 07	5,044	0,025	0,000	0,000

Fuente: elaboración propia.

Vamos a explicar los resultados obtenidos:

- En primer lugar, los coeficientes estimados rechazan la hipótesis nula al nivel de significación del 5% menos, por lo que podemos decir que son significativamente distintos de cero.
- Las variables con coeficiente negativo son medioambiente, comportamiento empresarial, y gobierno corporativo. Por lo tanto, cuanto mayor sea su valor o nivel, más probable es que la empresa sea italiana ($Y = 0$).
- Por el contrario, las variables con coeficiente positivo son recursos humanos, compromiso con la comunidad y derechos humanos. En consecuencia, cuanto mayor sea su valor o nivel, más probable es que la empresa sea española ($Y = 1$).

- Por otro lado, el activo total tiene un coeficiente negativo, lo que sugiere que, a mayor volumen, más probable es que la empresa sea italiana ($Y = 0$).

Asimismo, para dicho análisis también cabe mencionar los estadísticos de bondad del ajuste estimado, los cuales vamos a ver en la tabla 3.5.

Tabla 3.5. Estadísticos de bondad del ajuste del modelo estimado.

Estadístico	Independiente	Completo
Observaciones	145	145
Suma de los pesos	145,000	145,000
GL	144	137
-2 Log(Verosimilitud)	201,006	66,836
R ² (McFadden)	0,000	0,667
R ² (Cox and Snell)	0,000	0,604
R ² (Nagelkerke)	0,000	0,805

Fuente: elaboración propia.

Vamos a explicar la tabla 3.5:

- **Logaritmo de verosimilitud:** en nuestro caso, su nivel no es muy no es muy elevado, por lo que podemos decir que el modelo está bien ajustado.
- **R² de McFadden:** el indicador es 0,667 lo que significa que la variable dependiente es explicada por las variables explicativas en un 66,70%.
- **R² de Cox and Snell:** nuestro valor es de 0,604 lo que representa un 60,40% de variación de la variable dependiente procedente de las variables explicativas de nuestro modelo.
- **R² de Nagelkerke:** en nuestro caso un valor de 0,805 lo que significa que el 80,50% de la varianza de nuestra variable dependiente es explicada por las variables explicativas de nuestro modelo. Mientras que el R² de Cox y Snell tiene un valor máximo que no llega a 1 ni si quiera en el caso de un modelo perfecto, el R² de Nagelkerke está acotado entre 0 y 1.
- Por tanto, parece que el modelo estimado se ajusta bastante bien al modelo de partida.

También se puede analizar la bondad del ajuste con la prueba de Hosmer y Lemeshow, que aparece en la tabla 3.6. Dado que el p-valor es 0,639 aceptamos la hipótesis nula de que el modelo estimado se ajusta bien a los datos.

Tabla 3.6. Prueba de Hosmer y Lemeshow para el modelo estimado.

Estadístico	Chi-cuadrado	GL	Pr > Chi ²
Estadística de Hosmer-Lemeshow	6,077	8	0,639

Fuente: elaboración propia.

En la tabla 3.7 se presenta los porcentajes de clasificaciones correctas de las empresas de la muestra utilizando el modelo estimado. Se observa que el porcentaje global de clasificaciones correctas es de un 85,52%. La especificidad, es decir, el porcentaje de empresas realmente italianas que son clasificadas como tales es un 90,41%. Mientras que la sensibilidad, es decir, el porcentaje de empresas realmente españolas que son clasificadas como tales, es un 85,52%. Son porcentajes muy elevados.

Si tomamos como punto de corte 0,49 (proporción de empresas españolas dentro del total de la muestra), la tabla 3.7 recoge los porcentajes de clasificaciones correctas de las empresas de la muestra.

Tabla 3.7. Clasificación de la muestra de empresas.

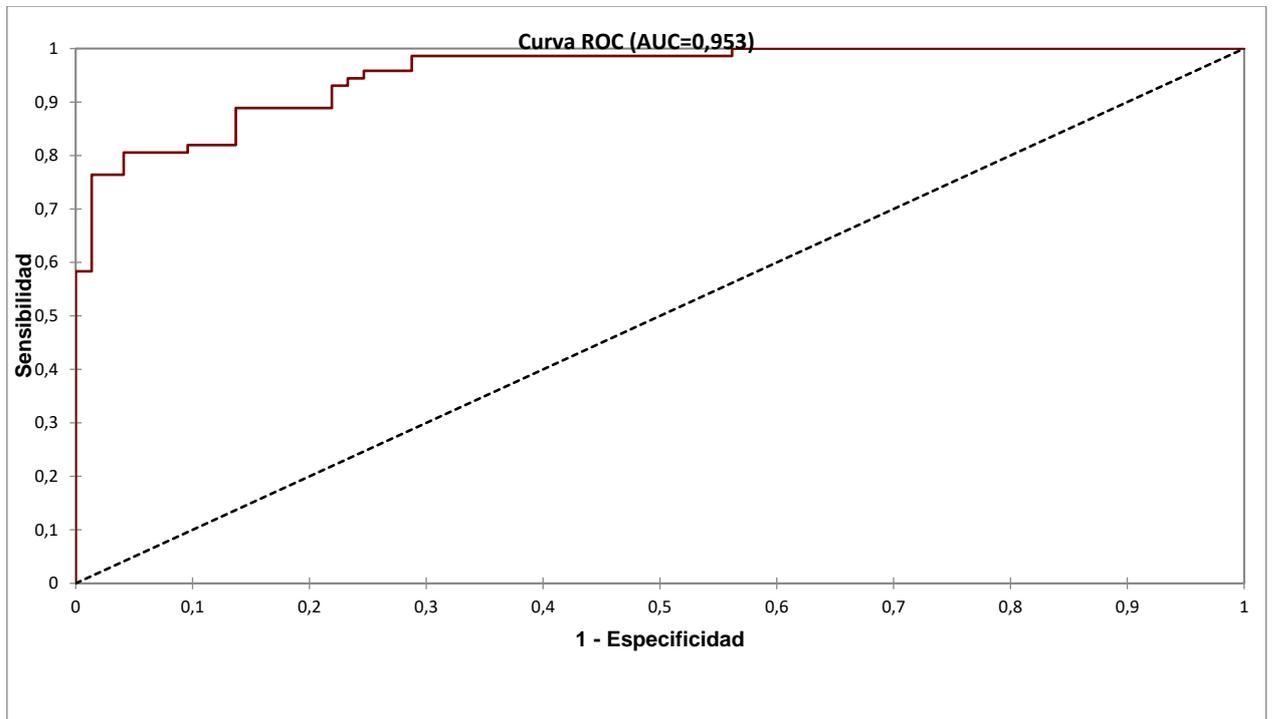
de \ a	0	1	Total	% correcto
0	66	7	73	90,41%
1	14	58	72	80,56%
Total	80	65	145	85,52%

Fuente: elaboración propia.

Por último, sólo nos falta analizar la Curva ROC con la figura 3.2

En nuestro análisis, el área bajo la curva es 0,953, o como como podemos observar en la figura 3.2. Es un valor elevado, lo que confirma la calidad del modelo estimado.

Figura 3.2. Curva ROC.



Fuente: elaboración propia.

CONCLUSIONES

En este trabajo, se ha reflexionado acerca del concepto de RSC, su evolución, dimensiones y herramientas de gestión. Además, hemos presentado algunos rasgos generales del sector alimentario en España e Italia, una industria importante y donde se están aplicando nuevas tecnologías. Esta industria aporta un considerable porcentaje al PIB y genera mucho empleo.

La cultura de la sociedad está cada vez más comprometida con la RSC. Y las empresas están actuando en consecuencia. La calidad de los productos está aumentando y eso se ve reflejado en la alimentación y salud de las personas. Por otra parte, se aplican políticas medioambientales que también ayudan a que dichos productos sean de mayor calidad y, a su vez, contribuyen a reducir la contaminación medioambiental.

En cuanto al análisis empírico que se ha llevado a cabo, se ha partido de una muestra de 72 empresas de la industria alimentaria española con más de 500 empleados y 73 empresas italianas de la industria alimentaria italiana de igual sector y número de empleados, con datos para el ejercicio 2021.

Mediante una regresión logística o dicotómica se ha intentado identificar las diferencias entre esas empresas de España e Italia, en lo referente a seis indicadores principales en materia de RSC (recursos humanos, medioambiente, comportamiento empresarial, compromiso con la comunidad, gobierno corporativo y derechos humanos), puntuados de 0 a 100, así como en lo que atañe al volumen total de activos de cada compañía.

Como conclusión, las empresas españolas parecen tener mejor puntuación que las italianas en cuanto a la gestión de los recursos humanos, el compromiso con la comunidad y el respeto a los derechos humanos. Ocurre lo contrario en lo referente al cuidado del medio ambiente, el comportamiento empresarial y el gobierno corporativo. En cuanto al tamaño, medido por los activos, las compañías italianas parecen tener mayor dimensión.

Por último, el análisis de la bondad del ajuste, del porcentaje de clasificaciones correctas de las empresas de la muestra y de la curva ROC sugieren que el modelo estimado se ajusta muy bien a los datos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Argote, J. I. (2020). “Seguridad y salud en el trabajo en la industria alimentaria: principales riesgos laborales y su prevención”. <https://www.interempresas.net/Alimentaria/Articulos/313189-Seguridad-salud-trabajo-industria-alimentaria-principales-riesgos-laborales-prevencion.html>.
- Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA) (2004). *Marco conceptual de la responsabilidad social corporativa*. AECA, Madrid.
- Betelgeux. (2016). “La importancia de la higiene de manos en la contaminación de los alimentos”. [Mensaje en un Blog]. <https://www.betelgeux.es/blog/2016/05/05/la-importancia-de-la-higiene-de-manos-en-la-contaminacion-de-los-alimentos/?cv=1>
- Bowen, H. (1953). *Social responsibilities of the businessman*. Harper & Row, New York.
- Canet J.J. (2016). “La importancia de la higiene de manos en la contaminación de los alimentos” <https://www.betelgeux.es/blog/2016/05/05/la-importancia-de-la-higiene-de-manos-en-la-contaminacion-de-los-alimentos/>
- Carrol, A.B. (1979). “A Three-Dimensional Conceptual model of Corporate performance”, *Academy of Management review*, 4, pp. 497-505.
- Carrol, A.B. (1991). “The Pyramid of Corporate Responsibility: Towards the Moral Management of Organization”, *Business Horizons*, 34, pp 39-48.
- Comisión Europea (2001). “Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas”. COM (2001) 366, 18 de julio. Bruselas. https://itemsweb.esade.edu/wi/research/iis/pdfs_web/Libro_Verde.pdf
- Comisión Europea (2011). “Estrategia renovada de la UE para 2011-2014

sobre la responsabilidad social de las empresas”. COM (681) final, 25 de octubre. Bruselas.

<http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:ES:PDF>

- Davis, K. y Blomstrom, R. L. (1966). *Business and its environment*. Editorial McGraw-Hill, New York
- Elkington, J. (1997). *Cannibals With Forks. The Tripple Bottom Line of 21st Century Business*. Capstone, Oxford.
- Fernández Fernández, J.L. (2006). “Responsabilidad Social de la Empresa y Ética empresarial. Una propuesta de interpretación”. En Benavides Delgado, J.; J.L. Fernández Fernández y N. Villagra García (eds.), *La Ética y la Responsabilidad Social de las Empresas y Organización*, Edisofer, Madrid. pp. 33-57.
- Fernández García, R. (2009). *Responsabilidad Social Corporativa*, Editorial Club Universitario, Alicante.
- Frederick, W. (1960). “The growing concern over business Responsibility”. *California Management Review*, 2 (4), pp. 54-61.
- Freeman, R.E (1984). *Strategic management: a stakeholder approach*. Pitman, Boston.
- Friedman, M. y Friedman, R.D. (1962). *Capitalism and freedom*. University of Chicago Press, Chicago.
- Friedman, M. (1970). “The social responsibility of business is to increase its profits”. *The New York Times Magazine*, 13 septiembre, pp. 32-33, 122-126.
- Laguna García, I. (2018). “Responsabilidad Social Corporativa en el sector textil”. [Trabajo de Fin de Grado, Universidad de Valladolid] <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/34125>

- ISO 26000 (2010). “Guía de responsabilidad social ISO 26000”. <https://www.globalstd.com/pdf/rs-iso26000-2010.pdf>.
- Jones, T.M. (1980). “Corporate social Responsibility revisited, redefined”. *California Management Review*, 22, pp. 59-67.
- Kang, Y. y Wood, D.J. (1995). “Before-profit social Responsibility-turning the economic paradigm upside-down” en Nigh, D y D. Collings (eds.), *Proceedings of the 6th Annual Meeting of the International Association for Business and Society (IABS)*, Viena, pp. 408-418.
- Marketing 4 food. (s.f.). “Récord de exportación de agroalimentos de Italia en 2021”. [Mensaje en un Blog]. <https://www.marketing4food.com/marketing4food-espana/exportacion-de-agroalimentos/>
- Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales (2005): “I, II y III sesiones de trabajo de foro de expertos en RSE”. Disponible en http://www.empleo.gob.es/es/sec_trabajo/autonomos/economiasoc/RespSocEmpresas/foro_expertos/contenidos/INFORME_FOROEXPE RTOS_RSE.pdf
- Mitchell, R. K.; Agle, B. R. y Wood, D. J. (1997). “Toward a theory of stakeholder identification and salience: defining the principle of who and what really counts”, *The Academy of Management Review*, 22 (4), pp. 853-886.
- Pacto Mundial de las Naciones Unidas (2004). “Principios en las áreas de derechos humanos, normas laborales, medioambiente, anticorrupción”. <https://www.unglobalcompact.org/>.
- Perello Velasco, S (2019). “Las empresas de la industria alimentaria: una comparación entre España y Francia”. [Trabajo de Fin de Máster, Universidad de Valladolid] <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/40027>
- Rodríguez Fernández, J.M. (2003). *El gobierno de la empresa: un enfoque alternativo*. Akal, Madrid.
- Rodríguez Fernández, J.M. (2007). “Responsabilidad social corporativa:

práctica frente a teoría”, *Ekonomiaz*, 65, pp. 12-49.

- Rodríguez Fernández, J.M. (2016). “Responsabilidad social y gobierno de la empresa, material docente de la asignatura, curso académico 2016/17”, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad de Valladolid.
- Smith, A. (1776). *Theory of moral sentiments*, University of Glasgow, London.
- STATISTA (2022a). “Número de empresas en la industria de fabricación de productos alimenticios en Italia de 2010 a 2019”. [Base de datos]. Recuperado de: <https://www.statista.com/statistics/354431/number-of-enterprises-in-the-food-products-manufacturing-sector-in-italy/>
- STATISTA. (2022b). “Costes de personal de la industria de fabricación de productos alimenticios en Italia de 2010 a 2019”. [Base de datos]. Recuperado de: <https://www.statista.com/statistics/428203/personnel-costs-food-products-manufacturing-sector-italy/>
- Walton, C. (1967). *Corporate Social Responsibilities*. Wadsworth, Belmont.